

## DAFTAR PUSTAKA

- Adjeng Mariana, R. F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skin Care Ms Glow di E-Commerce Shopee @msglowofficialshop*. 6(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1>
- Agusra, D. (2018). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tepung Bumbu Mamasuka. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(1), 106–117. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.376>
- Ali, Mm., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Aulina, L., & Yuliati, E. (2017). *The Effects of Green Brand Positioning, Green Brand Knowledge, and Attitude towards Green Brand on Green Products Purchase Intention*. <https://doi.org/10.2991/icbmr-17.2017.50>
- Azizah, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Skincare MS Glow Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(1), 17–26. <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i1.8>
- Belvia, S., Suhendry, W., & Budi Handayani, E. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Saltxsucre Pontianak. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(1), 31–42. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46226>
- Darmajaya, I. B. D., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(12), 6391–6419. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i12.p1>

- Desty Hariadi, S., Relawati, R., Baroh, I., Malang Jl Raya Tlogomas, M., & Gedung GKB, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di “Orgo Organic Farm” Kota Malang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2), 194–207.
- Diah, A., Anggreini, A., & Samboro, J. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 181–184.
- Diana Lita, Q., Hidayah, A., Nurul Innayah, M., & Pradhipta Aryoko, Y. (n.d.). Pengaruh Green Marketing, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2, 2024–2035. Retrieved <https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017a). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017b). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Febriani, & Cipta, W. (2023). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan serta Harga Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Kebab Turkey Telaga Mas, Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 257–266.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48.
- Hardhiyanti, Y., & Rasyid, U. N. (2018). Komunikasi Bisnis Berbasis Etika Lingkungan Sebagai Csr the Body Shop Indonesia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(02), 103–117. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i02.925>
- Hikmatunnisa, Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Advertising terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Pe,beli yang Menghuni Perumahan Garden City Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(September), 130–140.
- Immawati, S. A., Rosyid, & Paramita, K. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen The Body Shop Melalui Green Marketing dan E-

- Wom Dimediasi Kepuasan Konsumen. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(3), 426–436. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i3.2485>
- Kharislam, D. D., Pravasanti, Y. A., & Ningsih, S. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Indomaret Ruko Garuda Mas). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(22), 1–13.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kotler, P., Keller, K. L., Marc, ;, Opresnik, O., Produktmanager, V., & Milbradt, M. (n.d.). *Teil I Marketingmanagement verstehen Teil II Marketingkenntnisse gewinnen Teil III Kunden erreichen und binden Marketing-Management*.
- Manuhutu, S., Matitaputty, I. T., Si, M., Louhenapessy, D. J., & Si, M. (2021). Perilaku Konsumen Indomaret ( Studi Kasus Indomaret Desa Rumah Tiga Kota Ambon ) Lingkungan Desa Rumah Tiga juga. *Cita Ekonomika*, 15(2), 33–47.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maryuliana, Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2019). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, 1(2), 5–24.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Nafsi, L. D., Kurnia, M., & Pramesti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 486–498.
- Nasir, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri. *Deepublish*, 6(2), 17–23. <https://penerbitdeepublish.com/instrumen-penelitian/>
- Notoatmodjo, S., Kasiman, S., & Kintoko Rohadi, R. (2018). Patient's Behaviour with Coronary heart disease Viewed from Socio-Cultural aspect of Aceh Society in Zainoel Abidin Hospital. *MATEC Web of Conferences*, 150, 5065.

- Nova Ardiyansyah, & Suryari Purnama. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 323–345. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>
- Nugroho, W. A. (2019). Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan Ukm Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi Model A.I.D.A. Pada Umkm pangan di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(4), 152–165.
- Onny Setyawan, Yeni, & Okaelsa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Produk The Body Shop Di Ciputra Seraya Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(1), 13–25.
- Ponomban, D. P., Soegoto, A. S., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Dapur Hot Di Desa Tatelu, Kecamatan Dimembe, Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 11(4), 695–706.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Puspita, Y. D., Rahmawan, G., Tinggi, S., & Ekonomi Surakarta, I. (n.d.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions*.
- Putra, A. M. (2015). Indikator Keberhasilan Kinerja Individu Dengan Locus Of Control Dan Kepribadian Sebagai Variabel Independen. In *Indikator Keberhasilan Kinerja 10 JPSB* (Vol. 3, Number 2).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Yudhana, B. A., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Celana Jeans Gabrielle Di Matahari Lippo Plaza Sidoarjo. *Jpekbm (Jurnal Pendidikan Ekonomi*,

*Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen*), 6(1), 153.  
<https://doi.org/10.32682/jpekbm.v6i1.2366>

Zano, B. R., & Santoso, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Agora*, 7(1), 48–60.